Formato individual: Reporte de casos de Marketing estratégico			
Fecha:		**Empresa al que pertenece:**	
Nombre del consultor:			
Nombre del caso a reportar.			

1. Introducción

Escriba aquí una breve introducción al caso. Preferiblemente un escrito corto tipo abstract

2. Identificación del problema u oportunidad presentada en el caso

Escriba aquí una descripción sólida y argumentada de los problemas u oportunidades presentadas en el caso

3. Hechos y factores claves que son relevantes para el problema (Key Issues)

Escriba aquí una descripción sólida y argumentada de los hechos claves que llevan a la empresa a la situación descrita en el caso

4. Análisis estructurado

Utilice las distintas herramientas de análisis estructurado (Pest, Porter, SWOT, cadena de valor, matrices de segmentación, entre otras) para analizar los Key Issues, problemas y oportunidades.

Escriba aquí los resultados encontrados a partir del análisis. Las matrices y métodos de análisis utilizados agréguelos a la sección de apéndices y referéncielos en el texto.

5. Planteamiento de alternativas de solución

De acuerdo con el análisis realizado, realice la propuesta de diferentes alternativas para aprovechar las oportunidades y “solucionar” los problemas. Tenga en cuenta los pros y contras de las estrategias planteadas y su aplicabilidad en el tiempo.

6. Criterios y matriz de decisión

Muestre explícitamente cuales son los criterios de decisión para evaluar las alternativas planteadas y cree una matriz de decisión que soporte la solución propuesta por usted para el caso. No olvide identificar claramente cual es la alternativa seleccionada

7. Plan de acción y plan de mitigación

Describa el plan de acción para implementar la solución propuesta, teniendo en cuenta el corto, mediano y largo plazo, proponiendo las variables y métricas para la evaluación del desarrollo del plan de acción.
Plantee un plan de mitigación de riesgos y un plan de salida, si la solución no lograra ser implementada o sus métricas no cumplen las expectativas.

APÉNDICES.